Programme Jour 2 :

Comment se rendre visible auprès de vos clients préférés ?

1- Qu'avez-vous envie de dire à vos clients préférés ?

Que vous n'ayez qu'une seule catégorie de clients préférés ou plusieurs selon votre ou vos activité(s), vous avez de leur dire quelque chose. A chaque clientèle son message.

- En première intention, qu'avez-vous envie qu'ils sachent ?
- Puis qu'avez-vous envie de leur dire avec tout votre cœur ? (parce que sans ça, le message est vide…)
- Enfin, qu'allez-vous leur montrer de vous ?

Complétez ces intentions avec les mots qui vous viennent du cœur !

Renouvelez l'exercice selon le nombre de clientèles préférées avec qui vous voulez travailler (Exemple : telle offre : les jeunes mamans, telle offre : les salariés d'une entreprise : J'ai envie de montrer aux jeunes mamans que, j'ai envie qu'elles sachent que…. / J'ai envie que le patron de l'entreprise sache que je peux l'aider et aider ses salariés en….)

- J'ai envie que mes clients préférés sachent que je
    - Les connais
    - Les comprends
    - Leur ouvre mes bras et mon cœur
    - Ecoute leurs besoins et leurs envies
    - Les laisse dire et exprimer sans jugement
    - Entends ce qui n'est pas forcément dit
    - Peux les aider
    - Peux aider leur enfant
    - Peux les aider dans leur communication
    - Peux les aider à se faire connaître
    - Peux aider en…

A vous ! (sur l'autre page, vous avez la place de vous exprimer ;-))

- J'ai envie de leur dire simplement :

- J'ai envie qu'ils trouvent mon message dans leur quotidien, au cours de leur journée de folie, au cours de leur semaine intense (Rappelez – vous des questions du J1)…

2- Les outils à votre disposition pour être visible

Afin de faire connaître votre produit et le rendre visible, il y a aujourd'hui une multitude de moyens à votre disposition pour le faire.
Cela dépendra également de la manière dont vous mettez à disposition vos produits. Où peut-on les acquérir et les consommer? Si je vends des vêtements que je crée sur internet, je peux mettre en avant mes créations :

- Sur une e-boutique
- Trouvable rapidement grâce à un bon référencement
- Sur ma page facebook
- Sur mon profil google +
- Par le mailing
- En bannière sur google
- Au travers d'un blog
- Sur une communauté de créatrices (groupes facebook, forums, blogs, …)

Oui ! Mais pas que !

- Dans un showroom
- Dans une boutique indépendante
- Dans les salons, les foires, etc

Alors on laisse parler sa créativité, on ouvre son cœur, et on ose imaginer tous les biais par lesquels vous pourriez transmettre votre ou vos message(s), ce, dans l'unique but de montrer qu'il existe une solution à une de leur problématique, et que cette solution, c'est la vôtre !

Vous ne criez pas « J'ai faim ! », vous apportez un cookie !

- ***Vous avez analysé votre clientèle préférée et identifié les moments où elle était le plus disposée à recevoir votre message dans les questions du Jour précédent. Maintenant, je décide des canaux de communication que je peux utiliser pour le faire passer. Lesquels ? Pour quelles raisons ?*** Idem que pour les questions précédentes, vous faites cet exercice autant de fois que vous n'avez de clientèle préférée ☺
  Je vous laisse la place sur l'autre page pour répondre !

- ***Au regard de ma clientèle préférée, de ses habitudes de vie, quels médias utilise-t-elle le plus ? Où suis-je le plus susceptible de la rencontrer ?***

- ***Quel(s) message(s) aimerais-je faire passer ? Au regard du besoin auquel je réponds, comment puis-je mettre du sens dans le contenu de ma communication ?*** *Ex : je suis prof de yoga pour femme enceinte. Je vais parler des bienfaits de la relaxation pour le fœtus, de l'art de vivre une grossesse sereine, je vais partager une posture de yoga facile à faire, essentielle et je vais expliquer POURQUOI il me semble important de la communiquer…*

- ***Ok, j'ai identifié comment me faire connaître de ma clientèle préférée. Maintenant, il importe que je fasse connaître mes produits auprès de partenaires visant la même cible et propose un travail en collaboration avec eux. Quels partenaires potentiels, quels métiers, visent la même cible que moi ?*** *(Ex, je suis prof de yoga pour femmes enceintes, je peux rencontrer des sages-femmes, des sophrologues, des cliniques et hôpitaux, les boutiques de vêtements de grossesse…)*

- ***Quels moyens de communication utilisent-ils ? Comment se font-ils connaître de notre clientèle préférée ?***

- ***Il est intéressant d'aller à la rencontre de ces partenaires, ils peuvent être des prescripteurs pour votre entreprise et vous permettront d'augmenter votre visibilité et votre crédibilité. Etre recommandé indirectement par un partenaire est gage de confiance et de crédibilité. Donc maintenant que j'ai identifié les partenaires potentiels, je réfléchis et formalise la meilleure façon de créer un partenariat (conditions d'échange, rémunération, communication …)***

- ***Avec quels médias et quels supports est-ce que je me sens le plus à l'aise ?***

- ***Si je ne les utilise pas encore, est-ce que je me sens prête à utiliser les réseaux sociaux ? Ai-je avant tout besoin de m'y former ? D'être accompagnée ?***

- ***Quels réseaux sociaux vais-je utiliser au regard de ma clientèle cible ?***

- ***Si j'utilise déjà les réseaux sociaux, ai-je tendance à communiquer exclusivement sur mes produits ?*** *Rappelez-vous ce que je vous ai dit sur les sources de prospects…*

- ***Quel genre de publications je partage ? A quelle fréquence ?***

- ***Est-ce que j'ai un site internet ?***

- ***Si oui, le référencement est-il optimisé pour que mes clients préférés me trouvent? Mots clés, descriptif ….***

- ***Si non, pour quelles raisons je ne dispose pas encore aujourd'hui d'un site internet ?***
  J'éprouve des blocages quant à l'utilisation de l'informatique
  J'ai l'impression de ne rien y comprendre
  Cela coûte trop cher
  Cela prend trop de temps de se pencher là-dessus etc

- ***Suis-je à l'aise avec l'audio ou la vidéo ? Est-ce que je peux imaginer utiliser Youtube pour mon entreprise ?*** *Il n'y a pas d'obligation à cela, vous devez vous sentir alignée avec l'idée d'utiliser ce média social. Ne vous forcez pas à utiliser un média avec lequel vous n'êtes pas à l'aise.*

- ***Pourrais-je envisager d'avoir un blog ou d'écrire pour un autre blog ?***

- ***Si oui, quels sujets porteurs de sens et apportant une vraie valeur ajoutée dans la vie de l'autre puis-je proposer ? Au regard des exercices de ces deux derniers jours, puis-je améliorer le contenu de ce que je propose sur mon blog ?***

- ***Que pourrais-je mettre en place pour améliorer mon référencement, ma visibilité web, l'attractivité de mon site, mon trafic, et l'interactivité avec mes abonnés ou lecteurs, et sous quels délais ?***

- ***Référencement :***

- ***Visibilité web :***

- ***Attractivité du site :***

- ***Source de trafic :***

- ***Interactivité avec mes abonnés ou lecteurs :***

3- Y a pas qu'le web !

Eh non ! Il n'y a pas que le web ! C'est bien ça qui est dangereux : de croire que seul le web peut faire des miracles et booster votre visibilité. FAUX !
Pour booster votre visibilité, créer de la sympathie avec les gens, rencontrer des prescripteurs potentiels, créer de la relation autour de vous, c'est très simple : il vous faut trouver l'équilibre entre le web, le référencement dans les annuaires, votre site internet, votre blog, votre page facebook, votre twitter, ET la vraie vie ! Les gens, quoi !

Avoir un site web structuré, clair, aéré, instructif est important. Bien le référencer aussi et rapidement est également essentiel… Attendre de pouvoir récolter les fruits de votre référencement…et espérer que les clients soient tous fans de vous là, de suite, comme ça, c'est une grossière erreur…

Vous devez vous bouger les miches et aller à la rencontre des gens physiquement !

Coaching Time !

- ***Dans l'analyse que j'ai faite de ma clientèle préférée, je me suis penchée sur ses habitudes de vie, son quotidien, je me suis mise à sa place.***
  Au regard de ce que j'ai identifié, comment vais-je communiquer autrement que par le web pour faire connaître mon produit ?

- ***Au-delà des déplacements et habitudes quotidiennes, où puis-je maintenant rencontrer ma cible ? Ouvrez votre esprit, enlever vos œillères qui limitent votre vision, et voyez plus large !***
  Salons ? Foires ? Commerces ? Cabinets médicaux ? Imaginons la prof de yoga pour femmes enceintes, elle pourra tenir un stand au salon du Bébé ? Ou organiser un salon du Bébé en partenariat avec sa commune ? Une animation dans une boutique pour femmes enceintes ? Peut-être proposer l'organisation d'atelier en centre social ? En clinique ? En maison médicale ? A vous !

- ***Pensez aussi aux partenaires potentiels dont on a parlé auparavant. N'allez pas les voir en parlant uniquement de vous ! Il faut que le partenaire puisse y voir son intérêt mais pas seulement ! Il doit ressentir un bon feeling envers vous, doit pouvoir vous faire confiance, bref, il y a le lien humain qui doit d'abord se créer avant d'imaginer un partenariat potentiel. Avec qui pourriez-vous travailler ? Pour quelles raisons accepterait-il un partenariat avec vous ?***

- ***Je structure l'organisation (moyens, étapes) de ma communication et détermine des délais précis :***

Création / Modification de site web :

Booster mon Référencement :

Création / Rafraîchissement de mes profils sur les réseaux sociaux :

Conception des flyers et supports de communication :

Choix des endroits où déposer les flyers et supports :

Distribution des flyers et supports de communication :

Prise de renseignements sur les événements potentiels stratégiquement intéressants :

Voilà pour J2 ! En espérant que vous y voyez un peu plus clair ;-) A demain pour la Relation Client ☺